

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Persaingan bisnis pada beberapa tahun terakhir ini menunjukkan perkembangan yang pesat. Hal tersebut dapat dilihat dari salah satu bidang bisnis yang merasakan ketatnya persaingan, yaitu bisnis kafe. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan semakin banyaknya kafe-kafe yang sudah banyak berdiri khususnya di Kota Malang. Kota Malang merupakan salah satu kota yang berpotensi untuk dijadikan lahan bisnis khususnya bisnis Kafe, karena Kota Malang identik dengan pelajar dan mahasiswa. Banyak terdapat sekolah-sekolah dan universitas yang sudah terpercaya di Kota Malang. Hal ini menarik masyarakat luar Kota Malang untuk sekolah ataupun kuliah di kota ini, sehingga banyak orang yang berminat untuk mendirikan sebuah usaha kafe dilihat dari banyaknya potensi pada masyarakat yang tinggal di Kota Malang.

Berdasarkan pernyataan dari Ketua Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) Kota Malang, bahwa pada tahun 2016 bisnis kafe masih menjadi bisnis yang menjanjikan karena mengalami pertumbuhan yang cukup pesat. Hal tersebut dapat ditunjukkan pada pertengahan tahun 2016, sudah ada 800 kafe di Kota Malang yang berdiri, namun pada akhir 2016, jumlahnya naik menjadi 1.000 kafe yang sudah berdiri. Hal tersebut menunjukkan bahwa, hanya dalam enam bulan saja jumlah kafe yang berdiri

bertambah sebanyak 200 kafe, jumlah tersebut pasti akan terus bertambah pada tahun 2017 dan hingga tahun-tahun berikutnya (Radar Malang, 2017).

Persaingan yang terjadi antar kafe di Kota Malang, menuntut pihak pemilik atau pengelola kafe untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dibanding kafe-kafe pesaingnya dalam mempengaruhi pelanggan untuk melakukan keputusan pembelian. Beberapa kafe menerapkan strategi-strategi pemasaran yang beragam demi menumbuhkan minat pelanggan. Dari pemilihan tema kafe, keunikan dan kualitas produk yang disajikan, penentuan lokasi, sampai dengan *discount* dan harga produk kafe tersebut. Banyak faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen salah satunya adalah kualitas layanan. Putri & Budiadi (2014) menyebutkan bahwa dalam memberikan kualitas layanan untuk kepuasan konsumennya, maka penting bagi pihak pengelola untuk meningkatkan keunggulannya, dengan memberikan kepuasan konsumen secara konsisten. Salah satu caranya yaitu dengan melakukan pemantauan dan pengukuran terhadap kepuasan konsumen melalui penelitian konsumen secara berkala. Hal ini dapat dilakukan karena langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi kepuasan konsumen untuk masa yang akan datang.

Kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Menurut Setiawan *et al.*, (2014) kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Berarti

bahwa citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan persepsi para pelanggan. Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan sebuah tingkatan kemampuan (*ability*) dari perusahaan dalam memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya menurut persepsi mereka.

Pemilik usaha kafe dalam menjalankan usahanya harus dapat menentukan strategi apa yang harus dipakai untuk bisa menciptakan kepuasan dari konsumennya. Karena kepuasan konsumen akan dapat terbentuk jika pemasar dapat memberikan pelayanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan, dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan meminimalkan atau meniadakan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan. Ada lima dimensi kualitas layanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Parasuman *et al.*, (1988) yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*.

Tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk akan memberikan cerminan keberhasilan produsen dalam memproduksi suatu produk, sebab suatu produk akan menjadi gagal apabila produk tersebut tidak memberikan kepuasan bagi penggunanya. Maka produsen dengan kemampuannya, akan membuat konsumen merasa puas dengan barang yang dibeli. Kepuasan merupakan hasil yang dirasakan kembali dari kinerja perusahaan yang

memenuhi harapan mereka. Konsumen yang puas akan setia lebih lama dan memberikan komentar yang baik tentang produk dan perusahaannya (Ravichandran, 2010). Ikatan antara konsumen dengan perusahaan akan terjalin apabila kualitas jasa yang ditawarkan telah sesuai dengan ekspektasi konsumen, yang nantinya ikatan seperti ini akan lebih memudahkan perusahaan dalam memahami keinginan serta kebutuhan dari konsumen (Primananda & Setiawan, 2013). Kelima dimensi dalam kualitas pelayanan tersebut sangatlah dibutuhkan dalam proses pengambilan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian serta menentukan kepuasan konsumen.

Salah satu kafe yang merasakan adanya komentar negatif mengenai produk dan perusahaannya yaitu kafe uniccone. Kafe uniccone merupakan salah satu tempat, yang pernah dijadikan tempat bekerja part time oleh peneliti, oleh karena itu peneliti ingin mencari apa yang menjadi masalah di tempat tersebut dan apa yang membuat para konsumen memberikan komentar negatif. Setelah peneliti analisis berdasarkan pengalaman peneliti dan komentar para konsumen yang tidak merasa puas ternyata ada yang salah dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak kafe uniccone.

Kafe Uniccone merupakan salah satu kafe kuliner yang berada di kota Malang. Kafe ini lokasinya sangat strategis karena dapat dicapai dalam waktu kurang dari 5 menit dari stasiun Kota Baru Malang, yaitu di jalan Trunojoyo No. 23, Malang. Kafe ini bisa dikatakan sebagai pemula karena masih berjalan 20 bulan atau belum genap dua tahun. Kafe ini buka setiap hari

mulai pukul 10 pagi sampai dengan 10 malam. Uniccone adalah kafe kuliner *soft ice cream* pertama di kota Malang. Uniccone memilih *ice cream* sebagai menu utama dikarenakan *ice cream* merupakan salah satu makanan yang digemari hampir seluruh kalangan disegala usia. Hal inilah yang menjadi patokan berdirinya café kuliner *ice cream* Uniccone.

Meskipun *ice cream* dikategorikan sebagai hidangan penutup, minat dari pelanggan tidak pernah habis untuk menikmati *ice cream* itu sendiri. Untuk dapat menarik para calon pembelinya menikmati produk dari kafe ini, Uniccone memberikan beberapa macam rasa *ice cream* yang ditonjolkan dalam penjualannya yaitu mulai dari *choco brown*, *baby blue*, *white skim*, *spring sour yogurt* dan *berry cream*. Tidak hanya itu, kafe Uniccone juga menyediakan menu *ice cream* dengan dua rasa sekaligus yaitu *mix berry cream baby blue* dan *mix choco brown white skim* yang memberikan kesan berbeda dari para pesaingnya. Selain itu, di kafe ini terdapat pula beberapa *snack* dan *beverages*, diantaranya adalah *waffle*, *korean chicken wings*, *french fries* dan *milkshake* dengan berbagai rasa.

Semua menu yang ditawarkan oleh kafe Uniccone tertera pada *stand menu* yang sudah disertai gambar dan juga harganya untuk menunjang konsumen melakukan pembelian. Harga yang ditawarkan untuk sebuah *ice cream* berkisar antara Rp 12.000,00 sampai dengan Rp 25.000,00, tergantung pada jenis dan ukuran *ice cream* yang diinginkan. Sedangkan harga *snack* dan *beverages* berkisar antara Rp 5.000,00 sampai dengan Rp 17.000,00 untuk sebuah pesanan.

Kepuasan konsumen merupakan hal yang diutamakan oleh karena itu kualitas layanan yang diberikan seharusnya bisa sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh konsumen. Tingkat kualitas pelayanan yang memuaskan, akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian pada kafe ini. Konsumen yang puas akan setia lebih lama dan memberikan komentar yang baik tentang produk dan perusahaan, namun ada konsumen pada kafe Uniccone ini yang tidak merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan menyatakan keluhannya langsung pada akun instagram kafe Uniccone. Beberapa komentar yang telah di peroleh dan di gunakan sebagai data pada tabel 1.1 merupakan hasil pengamatan peneliti dari komentar pada akun instagram kafe Uniccone Malang pada bulan Februari. Beberapa komentar konsumen yang tidak merasa puas menyatakan keluhannya mengenai kualitas layanan yang di berikan pada kafe ini saat mereka melakukan pembelian, seperti yang telah tercantum pada tabel berikut :

Tabel 1.1 Keluhan Konsumen

No	Akun Konsumen	Keluhan Konsumen
1	Memomobona	Pesanan menu <i>chicken wings</i> kurang matang dan tidak terlalu <i>crispy</i> .
2.	Febrianti_antin91	Pesanan menu kentang goreng kurang kering dan saus kejuanya terasa eneg.
3.	Yultamananda	Setiap ke kafe ini tidak pernah dapat <i>ice cream</i> yang di <i>cone</i> .
4.	Moeyaq	Tidak ada pemberian label halal.
5.	Sandrosavero	Hanya tinggal ice cream coklat saja.
6.	Tarintagp	Tidak adanya tempat parkir mobil.
7.	Indah9232	Kehabisan ice cream yang di <i>cone</i> dan mendapatkan ice cream yang lembut tapi cair.
8.	Nadya_diva25	Sudah sering ke kafe ini tapi selalu tidak dapat <i>cone</i> warna toska. Padahal pernah setelah pesan, ada anak SMA yang pesan di cone juga dan dapat warna toska.
9.	Edwinalionyputri	Tidak disediakan <i>tissue</i> tiap meja dan air putih di gelas

No	Akun Konsumen	Keluhan Konsumen
		kecil, karena makan <i>ice cream</i> bikin haus.
10.	Cooking.foodie	Tempatnya ramai, tapi kurangnya tempat duduk jadi membuat bingung untuk mencari tempat duduk.
11.	Winda_nduetz	Jangan terlalu fokus dengan penjualan <i>ice cream</i> saja, menu yang lain seperti <i>snack</i> ditiadakan jika pelayanannya lama. Selain itu lantai dan kamar mandi kurang kebersihannya.
12.	Sojiro.shino	Pelayanan parkir yang kurang ramah sebaiknya di ganti dari karyawan sendiri saja agar ramah ke konsumen.
13.	Gigih	<i>You may decrease music volume to make customer clearly hearing your repeat order before payment.</i>

Sumber : Instagram Uniccone (<https://www.instagram.com/Uniccone/>)

Dengan melihat fakta-fakta yang terjadi berkaitan dengan kualitas layanan yang diberikan pada Kafe Uniccone ini, maka peneliti tertarik melakukan penelitian tentang ***“Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kafe Uniccone Malang”***.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang yang sudah disampaikan di atas bahwa pengaruh kualitas layanan pada kafe Uniccone Malang mempunyai hubungan terhadap kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian, sehingga perlu adanya penelitian mengenai pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada kafe Uniccone malang. Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah dimensi *tangible* dari kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?

2. Apakah dimensi *reliability* dari kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
3. Apakah dimensi *responsiveness* dari kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
4. Apakah dimensi *assurance* dari kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
5. Apakah dimensi *empathy* dari kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
6. Dimensi apakah yang memiliki kontribusi paling besar terhadap kepuasan konsumen Kafe Uniccone Malang ?

C. BATASAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas penulis memberikan batasan masalah dalam penelitian ini agar mempermudah dalam pembahasannya. Ada banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut para ahli, namun karena kurangnya kualitas layanan pada kafe uniccone maka dalam penelitian ini peneliti memberikan batasan masalah adalah pada lima dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman *et al.*, (1988) yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, pada kafe uniccone yang terletak di Jl. Trunojoyo no 23 Malang.

D. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah di atas tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dimensi *tangible* dari kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dimensi *reliability* dari kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dimensi *responsiveness* dari kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dimensi *assurance* dari kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dimensi *emphaty* dari kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis dimensi yang mempunyai kontribusi paling besar terhadap kepuasan konsumen.

E. MANFAAT PENELITIAN

1. Penelitian ini sebagai masukan bagi pihak kafe Uniccone mengenai dimensi kualitas layanan yang telah diberikan kepada para konsumennya agar dapat meningkatkan kepuasannya.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber referensi yang dapat dipergunakan sebagai bahan penelitian selanjutnya, khususnya mengenai pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.